

劇映画 “空白の 6 年”

(完)

古 田 尚 輝

全体の構成

- 第 1 章 はじめに
- 第 2 章 1950年代の日本の映画産業とテレビ放送
- 第 3 章 1950年代のアメリカの映画産業
- 第 4 章 1950年代のアメリカのテレビ放送
- 第 5 章 ハリウッドのテレビ放送進出
(以上、前回まで)
- 第 6 章 “空白の 6 年”
 - 第 1 節 テレビ放送敵視と映画の供給過剰
 - 第 2 節 敵対と共存のなかのテレビ放送参入
 - 第 3 節 劇映画を超えるドラマとテレビ映画
 - 第 4 節 まとめ

第 6 章 “空白の 6 年”

1958年（昭和33年）9月から1964年（昭和39年）9月までの6年間、日本のテレビジョン放送から日本の大手映画会社¹⁾が製作した劇映画が姿を消した²⁾。これは、テレビ放送に観客が奪われることを恐れた大手6社が58年3月に「6社協定」³⁾で取り決めたテレビ放送への対抗策であった。協定には専属俳優のテレビ出演を許可制とすることも盛り込まれ、映画産業のテレビ放送に対する敵視を印象付けた。

この劇映画“空白の6年”の間に、日本の映画産業とテレビ放送はどのように変化したのだろうか。また、この6年はそれぞれの歴史のなかでどのように位置づけられるのだろうか。さらにその意義をどう考えるべきであろうか。この章では、これらについて検証し、併せて既述したアメリカの映画産業と放送産業の関係との比較も試みたい。

第1節 テレビ放送敵視と映画の供給過剰

最初に、劇映画“空白の6年”が日本の映画産業とテレビ放送の歴史のなかでどのような位置を占めているのかを見てみよう。

まず映画であるが、1950年代の日本の映画産業は戦後の復興と折からの高度経済成長を背景に空前の繁栄を享受していた。しかし、50年代後半から幾つかの指標の増加率が鈍化し、50年代末から60年にピークに達した後、60年代前半に一挙に凋落した。これを映画の需要を示す映画館入場者数と映画の供給を示す劇映画製作本数・映画館数で見ると、まず入場者数は1958年（昭和33年）に11億2,745万人、製作本数と映画館数はいずれも1960年（昭和35年）に547本、7,457館とそれぞれ最高を記録したが、それ以降は急激な下降線を描いて減少した。“空白の6年”の始まりの58年と終わりの64年を比較すると、64年には入場者数は58年の38.3%に、製作本数と映画館数は68.1%と75.1%に縮小した。とりわけ入場者数の減少は深刻で、6年間に約8億人も減った。一方、映画産業全体の収入を示す興行収入は、入場料の値上げによって64年は58年に比べてかろうじて6.4%の微増を示している（表2参照）。こうした趨勢から、“空白の6年”は映画の需要を示す入場者数がピークに達した時に始まり、需要・供給ともに衰退の一途を辿る時に終わったと解釈される。

一方、1953年に定期的な放送が始まった日本のテレビ放送は、この間、止まるところを知らない勢いで成長を続けていた。テレビ放送の普及を示すNHKのテレビ放送受信契約は、58年度に漸く198万件（世帯普及率11.0%）に達した後、翌59年4月の皇太子ご成婚を機に飛躍的に増え始め、64年度には1,713万件（世帯普及率83.0%）を記録した。NHKと民間テレビ放送事業者の親局⁴⁾の合計も58年度の52局が64年度には128局を数えた⁵⁾。また、放送事業者全体の収入を示すNHKの事業収入と民間テレビ局の営業収入の合計は、58年度の466億円が64年度には1,719億円にも増えた。58年と64年を比較すると、NHKのテレビ放送受信契約件数は865.2%、放送事業者全体の収入は368.9%もの伸びを示している（表3参照）。これらの指標から、日本のテレビ放送にとって“空白の6年”は、一貫して驚異的な高度成長期にあったと解釈される。

このように劇映画“空白の6年”が映画産業の凋落期、テレビ放送の急成長期という対照的な時代状況のなかで推移したことの意味は大きく、

表1 日本の映画産業とテレビ放送 略史（1950年代～60年代前半）

1947年 3月	新東宝、前年の東宝第2次争議を受けて設立。
50年 3月	東宝から独立。
1951年 3月	松竹、カラー劇映画第1作『カルメン故郷に帰る』（木下恵介監督）公開。
4月	東映設立。東横映画・大泉スタジオ・東京映画配給の3社が合併。
9月	『羅生門』（黒澤明監督、大映製作）、ベニス映画祭グランプリ受賞。
1953年 2月	NHK東京テレビジョン局、本放送開始。8月 日本テレビ放送網開局。
55年 4月	ラジオ東京、テレビ放送開始（KRT、現在のTBS）。
12月	アメリカのシネマスコープ第1作『聖衣』、東京で公開。 この年から58年まで各地で映画館“建館ブーム”（映画館数60年にピークに）。
1954年 1月	東映、2本立て配給開始。6月 日活、製作再開第1作公開。
1956年 4月	KRT、初めてのアメリカ・テレビ映画『カウボーイGメン』放送。 以後、各局とも64年度までアメリカ・テレビ映画を大量に放送。 この年から大手映画会社の劇映画量産競走激化（製作本数60年にピークに）。
1957年 4月	東映、大型映画第1作『鳳城の花嫁』公開。
5月	日本映画連合会（47.3設立）、大手5社（松竹、東宝、大映、新東宝、東映）が加盟する日本映画製作者連盟に改組。日活、同連盟に加盟（大手6社）。
10月	田中角栄郵政相、テレビ局43局（NHK6、民放37）に大量予備免許。
1958年 3月	大手映画会社6社、「6社協定」申し合わせ。9月以降6社の劇映画、テレビ放送されず（58.9～64.9 劇映画“空白の6年”）。
11月	東映、日本教育テレビに出資。松竹・東宝・大映、フジテレビに出資。
12月	映画館入場者数（11億2,745万人）、最高を記録。以後減少。
1959年 2月	日本教育テレビ（NET、現在のテレビ朝日）開局。
3月	フジテレビ開局。
4月	東映・松竹・大映、両局の開局に合わせて「テレビ映画」製作開始。 皇太子ご成婚。NHKと民放2系列（日本テレビ系、KRT系、計38局）、カメラ100台余りで結婚の儀とパレードを中継。 これを機にNHKテレビ放送受信契約急増。59年度415万件、60年度686万件、61年度1,022万件、62年度1,338万件、63年度1,566万件。 この年に全国のほぼ各県でNHK1局・民放1局の体制に。
1960年 3月	第二東映（2系統の配給開始）。61.1 ニュー東映に改称、61.12 解消。
12月	劇映画製作本数（547本）、映画館数（7,457館）、最高を記録。以後減少。
1961年 7月	新東宝倒産。劇映画554本の放送権をNHKと民放に売却。
1960年 9月	カラーテレビ放送開始（NHK総合・教育、日本テレビ、KRT、朝日放送）。
1961年10月	フジテレビ、休止時間のない「全日放送」実施。 65年度までにはほぼ全局で。
1963年 4月	NHK、大河ドラマ第1作『花の生涯』放送（～62.12）。
11月	初めての日米衛星中継実施。ケネディ大統領の暗殺を伝える。
1964年 2月	映画製作者連盟、劇映画のテレビ放送提供に方針転換（10月から放送再開）。
4月	東京12チャンネル（現在のテレビ東京）開局。
10月	東京オリンピック開催。64年度NHKテレビ放送受信契約1,713万件（世帯普及率83.0%）。

表2 映画館入場者数・劇映画製作本数・映画館数・興行収入

年	映画館 入場者数	劇映画 製作本数	映画館数	興行収入
1946	7億3,274万人	67本	1,505館	N.A
47	7億5,608万人	97本	1,903館	N.A
48	7億5,866万人	123本	2,120館	N.A
49	7億8,676万人	156本	2,225館	N.A
50	7億1,870万人	215本	2,410館	N.A
51	7億3,168万人	208本	3,320館	N.A
52	8億3,227万人	278本	3,636館	325億7,500万円
53	7億6,418万人	302本	3,959館	431億0,000万円
54	8億1,851万人	370本	4,707館	466億2,800万円
55	8億6,911万人	423本	5,184館	559億0,200万円
56	9億9,388万人	514本	6,123館	618億9,900万円
57	10億9,888万人	443本	6,863館	681億5,200万円
58	11億2,745万人	504本	7,067館	723億4,600万円
59	10億8,881万人	493本	7,401館	711億4,000万円
60	10億1,436万人	547本	7,457館	729億9,700万円
61	8億6,341万人	535本	7,231館	730億0,300万円
62	6億6,227万人	375本	6,636館	759億8,200万円
63	5億1,112万人	357本	6,201館	777億3,400万円
64	4億3,145万人	343本	5,366館	769億3,700万円
65	3億7,267万人	267本	4,641館	755億0,600万円

(注) 図表の出典は文末に記載。以下同様。

これがその後の両者の関係を規定したと考えられる。

では、なぜこの時期に大手映画会社は劇映画のテレビ放送への提供拒否を決めたのだろうか。また、なぜこの時期に日本の映画産業が急激に衰退したのだろうか。

第1の疑問については、1957年8月にそれまで映画関連企業15社で組織されていた日本映画連合会が大手映画会社5社だけで構成される日本映画製作者連盟に改組され、これを機に日活が加盟して漸く大手6社の足並みが揃ったという事情がある。また、映画館主の大半を占める独立興行主が観客を奪い続けるテレビ放送に厳しい対処策を求めていることも見逃せない。しかし、この決定の根底にはテレビ放送に対する敵視とともに軽視もあったのではないだろうか。実際に58年までのテレビ放送は揺籃期と呼ぶのが相応しく、普及の速度も59年以降と比べて緩慢であった。また、映画と代替効果があるテレビ・ドラマも“電気紙芝居”の状態は脱したものの未だ発展途上にあった。このため、58年の時点で翌年以降のテレビ放送の驚異的な普及と産業としての着実な成長を

表3 NHK テレビ放送受信契約数・テレビ局数・テレビ放送事業収入

年度	NHK テレビ放送 受信契約数	世帯 普及率	テレビ 局数	テレビ放送 事業収入
1952	1,485件	0.01%	1	
53	16,779件	0.10%	4	70.8億円
54	52,882件	0.30%	4	101.5億円
55	165,666件	0.90%	8	115.0億円
56	419,364件	2.30%	12	148.1億円
57	908,710件	5.10%	20	209.6億円
58	1,982,379件	11.00%	52	284.4億円
59	4,148,683件	23.10%	81	519.4億円
1960	6,860,472件	33.20%	93	733.8億円
61	10,222,116件	49.50%	100	982.4億円
62	13,378,973件	64.80%	122	1,209.2億円
63	15,662,921件	75.90%	128	1,505.5億円
64	17,132,090件	83.00%	129	1,719.6億円
65	18,224,213件	75.60%	129	1,803.5億円

(注) テレビ局数およびテレビ放送事業収入はNHKと民放の合計

予測することは極めて困難であったと思われる。こうした事実認識が、大手映画会社のテレビ放送の将来と影響に対する過小評価に繋がったのではないだろうか。

一方、アメリカではテレビ放送は1950年ごろから急速に普及し始め、“空白の6年”が始まった58年にはテレビ受像機の世帯普及率は83.2%に達していた。逆に映画館入場者数は、その影響を受けてピーク時の46年の半分以下の44.4%にまで減少していた。日本の大手映画会社経営者もこうしたアメリカの状況を見聞していたに違いない。しかし、58年の日本の映画産業は依然として成長の一途にあり、入場者数も興行収入も55年以来年率6～11%という高い増加率で推移し、“史上最高の映画時代”⁶⁾と形容された。大手映画会社は、この比類ない繁栄のなかで、将来も映画産業の成長が持続するという楽観論と、劇映画と専属俳優の提供を絶つことによって誕生間もないテレビ放送の成長の芽を摘み取れるという奢りに陥ったのではないだろうか。

こうした見方が窺える2つの記述がある。1つは入場者数がピークに達した1958年に通商産業省が刊行した『映画産業白書 昭和33年版』である。白書は全国のテレビ受像機の87.1%が集中する3大都市圏の56年から58年までの入場者数と興行収入の増加率を分析して、「すくなくとも現在の段階においては、テレビの映画に対する影響は、皆無でないに

しても、せいぜい大都市における映画館の入場者数等の増加率を鈍化させている程度であって、未だ全国的な規模において入場者数、興行収入を減少させる程度の決定的な影響は与えていないといえる」⁷⁾と記し、テレビ放送の影響をやや過小に評価している。もう1つは『日本映画発達史』で、「興行界はまた、テレビ普及を（1959年4月の）皇太子御成婚ニュースあたりで一応の限界に達したと樂觀視し、劇場ビルなどの新設で映画館建設に積極的だった」⁸⁾と述べ、映画館主もまた予測を誤ったことを指摘している。

では、なぜこの時期に映画産業の急激な凋落が生じたのだろうか。その主因は何よりも予測を遥かに超える59年以降のテレビ放送の急激な普及に求められるが、第2章で指摘した映画産業の供給過剰もその促進要因として働いたと考えられる。つまり、この6年間に供給過剰が一挙に露呈して衰退を早めかつ深刻にしたと推測されるのである。ここで言う供給過剰とは、映画の供給を示す製作本数・映画館数の増加がそれに見合う需要つまり入場者数増も、引いては興行収入増も喚起しなかったことを指している。これは、大手映画会社が推進した54年以降の新作2本立てによる映画の量産と、これも大手映画会社の動きが誘引した53年から58年ころまでの“建館ブーム”による映画館の増加が要因と考えられる。

まず映画の量産であるが、表4に1946年から65年までの大手映画会社別の製作本数を示した。日本では、60年代後半までは独立プロダクション等が製作した劇映画は極めて少なく、従って殆どが大手映画会社の製作であった。この表が示すように、50年代半ばから量産を牽引した一因は新興の東映にあると考えられる。東映は、51年4月に東急資本をバックに経営不振の東横映画・大泉スタジオ・東京映画配給の3社が合併して設立され、初代社長の大川博氏（1896～1971）が赤字企業を1年半余りで再建した。東映は、その勢いを駆って54年1月下旬から通常の劇映画と主に児童向けの中篇の「娯楽版」を組み合わせ、新作2本建て配給を開始した⁹⁾。これは、52年ごろから全国の映画館で常態化し始めた2本建て上映に対応するものでもあった。

他社は量産による弊害を警戒して当初は“大作主義”を掲げて新作2本建てに反対したが、結局は新作長編2本の同時上映か時期をずらした上映、新作長編と中篇あるいは新作と旧作の組み合わせで対抗した。その結果、55年後半以降大手映画会社の量産競走が本格化し、製作本数は

表 4 大手映画会社の劇映画製作本数

年	日活	松竹	東宝	大映	新東宝	東映
1946		27	18	28		
47		33	14	33		
48		42	6	37		
49		44	6	41	29	
1950		51	16	47	35	
51		54	29	48	45	25
52		69	49	51	48	46
53		71	64	54	53	52
54	9	63	69	60	45	101
55	53	66	66	59	51	105
56	81	77	97	86	51	104
57	57	59	88	76	55	103
58	85	79	84	88	56	104
59	96	91	73	67	53	103
1960	101	76	87	83	51	147
61	100	71	69	90	32	169
62	84	50	59	70		98
63	69	55	53	57		99
64	59	42	49	52		65
65	61	34	42	44		58

54年の370本が56年には514本と顕著に増えた。

東映はまた、60年代に入ると、今度は「第二東映」という別の系統を発足させ、60年3月から従来の系統で時代劇、第二系統で内容も製作費も劣る現代劇を製作・配給した。第二東映は61年2月に「ニュー東映」と改称したが、採算が採れず、結局同年11月に解消した。劇映画の製作本数が60年にピークの547本となるのは、主に第二東映によるものであった。

しかし、“濫作”と言われるほどの量産は各社に過重負担を強いることになり、作品の質の低下と著しい支出増を招いたばかりか、供給過剰を促進する要因となった。このなかで、61年8月、他社に対抗する製作能力を欠いた新東宝が興行で行き詰まり事実上倒産した。その一方で東映は、時代劇の人気と映画の量産によって、56年に配給収入で長年1位を保ってきた老舗の松竹を抜き、その後もトップの座を守り続けた。

映画製作本数は、62年には前年から160本も減って375本となった。この激減は前年のニュー東映の解消と新東宝の倒産が主因であったが、大手5社の製作本数の大幅な削減も影響している。大手映画会社は入場者

数減が59年から始まったにもかかわらず、60年までは逆に製作本数を増やし、62年になって漸く削減に踏み切ったのである。

次に、映画供給のもう1つの指標である映画館数の推移を見てみよう(表2参照)。映画館では独立興行主が所有する映画館が多数を占めているが、大手映画会社は収益性の高い大都市に直営館を所有し自社作品だけを上映する専門館を全国に配置して影響力を行使していた。映画館数は1953年から58年にかけて年によっては1,000館近く増え、“建館ブーム”と呼ばれた。そして60年には最高の7,457館を記録した。ここでも大手映画会社の動きが促進要因として働いた。

大手映画会社は、50年代に入ると、独立興行主の反対が多いなかで直営館と専門館の拡大を目指して地方に進出した。なかでも興行優先と言われた東宝は51年に直営館“百館政策”を掲げ、東映もまた2本建て配給を軌道に乗せるために“1館1社主義”のもとに専門館の確保に努めた。こうした大手映画会社の動きに刺激されて地方の独立興行主も建館に走り、53年以降のブームに繋がった。

映画館数もまた60年をピークに翌61年以降減少に転ずるが、その時期は入場者数減が始まってから2年後のことである。この差は、先述したように、興行主の多くがテレビ放送の普及は59年4月の皇太子ご成婚で限界に達すると予測して建館を進めたことが影響したと思われる。

これらの映画の供給を示す製作本数・映画館数と需要を表す入場者数の増減率を“空白の6年”の期間で比較すると、58年から64年までの間に入場者数は61.8%も減ったが、製作本数は30.2%、映画館数は24.1%の減少に止まっている。また、入場者数は58年をピークに60年までに10.0%減少したが、その間に製作本数は8.5%、映画館数は5.5%と逆に増加している。これらの数値は日本の映画産業における供給過剰と需要減に対する供給側の対応の遅れを物語っており、この需給ギャップが60年代前半に映画産業の短期間で著しい衰退を招いたもう1つの要因になったと思われる。

第2節 敵対と共存のなかのテレビ放送参入

日本の大手映画会社のテレビ放送に対する態度は、とかく「6社協定」による劇映画の提供拒否や専属俳優の出演制限の印象が強く、一貫して敵対的であったと理解されがちである。しかし、大手映画会社はテ

レビ放送が始まった1953年から58年8月までは曲がりなりにもテレビ放送に劇映画を提供してきた¹⁰⁾。また、松竹・東宝・大映・東映の4社は59年に開局した日本教育テレビ（NET、現在のテレビ朝日）とフジテレビジョンに出資し、このうち東宝を除く3社は59年以降テレビ放送用の映画（テレビ映画）の製作も始めた。このように大手映画会社のテレビ放送に対する態度には敵対だけでなく共存あるいは参入という両面性が見られ、時にそれが曖昧さとなって現れた。これを時期的に見ると、58年までは概して敵対していたが、59年以降はテレビ放送の驚異的な普及に直面して共存を余儀なくされたと考えられる¹¹⁾。しかし、劇映画の拒否は64年まで続いており、その意味では59年から64年は敵対する一方で共存を図るという奇妙な時代であった。

このうち敵対策に関しては既述¹²⁾したので、この節では共存策、具体的にはテレビ局への出資とテレビ映画の製作について記すことにする。

まず民間テレビ局への出資であるが、NETもフジテレビも郵政省が主導して申請を1本化して設立された経緯があり¹³⁾、大手映画会社の出資比率も経営への参画度も異なっていた。NETは1956年9月に資本金6億円で株式会社東京教育テレビ（57年10月に株式会社日本教育テレビに変更）として設立され、出版社の旺文社、日本経済新聞を主要株主とする日本短波放送、それに東映が各30%、それぞれ1億8千万円を出資した。一方、フジテレビは、56年11月に資本金6億円で株式会社富士テレビジョン（57年11月に株式会社フジテレビジョンに変更）として設立され、ラジオ放送の文化放送とニッポン放送がそれぞれ4割、残る2割を松竹・東宝・大映の3社が等分して各4,000万円を出資した。そして、皇太子ご成婚を前に、NETは59年2月、フジテレビはその1ヵ月後の59年3月に開局した。しかし、NETは教育専門局、フジテレビは一般番組総合局という違いがあった¹⁴⁾。

フジテレビは、文化放送とニッポン放送が一体化して提出した免許申請に郵政省が主導して松竹・東宝・大映の個別の申請を統合したという設立の経緯があり、文化放送・ニッポン放送主体の放送局であった。加えて映画3社の出資比率もラジオ放送2社と比べて低く、経営への参画も限られていた。また人事も「映画界の経験者を入れて失敗している他局の例があり、創業の時から映画三社とは人事については話がついていた」¹⁵⁾という。

これに対して NET は、東映・旺文社・日本短波放送の 3 社主導で設立され東映の出資比率も 30% と高く、東映社長の大川博氏が会長 (1957.10～60.11) 次いで社長 (60.11～64.11) を務め、東映から役員も社員も移籍したことから、東映の影響力の強い放送局であった。『東映十年史』は NET を関係会社として明確に位置づけ、NET の設立について「おのおのの特性を活用して、映画とテレビ両事業の一元的経営という新機軸を企図した」¹⁶⁾と述べている。また、東映出身の NET 社員は東映を「本社」と呼んでいたという話も伝わっている。しかし、東映の影響力も、大川氏が 64 年 11 月に映画事業の再建を理由に“お家騒動”という噂のなかで社長を辞任してから徐々に衰えたと思われる。その理由は、基本的に、59 年の開局当時と逆転した映画とテレビ放送との関係に求められるが、NET が元々主要 3 社の寄り合い所帯の性格を持っていたこと、教育専門局としての経営方針をめぐる教育重視の旺文社赤尾好夫社長と利益優先の東映大川社長との確執が絶えず会長・社長の交代劇¹⁷⁾を繰り返し大川社長の後任に赤尾社長が返り咲いたことなども理由として挙げられよう。

次にテレビ映画の製作であるが、これは 56 年以降大量に輸入されたアメリカ・テレビ映画に刺激されて 59 年から始まった。大手映画会社のなかでは東映が最も積極的で、58 年 7 月に東映テレビ・プロダクションを設立し、東映から受託するかたちで東映の東京と京都の撮影所を使って製作を始めた。テレビ映画は、週 1 回 30 分の放送を前提に、1 クール (13 話・3 か月分) を 1 シリーズとして基本的に 16 ミリフィルムで週 4 本を目標に撮影された。そして、58 年 10 月から第 1 作として京都撮影所で『風小僧』 (30 分 48 話、59.2～12 NET で放送)、東京撮影所で『捜査本部』 (30 分 13 話、59.4～6 NET) の撮影を開始した。東京撮影所ではこの後 11 月に『コロちゃんの冒険』、12 月に『源義経』に取り掛かるという早さで、12 月にはテレビ映画撮影用のステージ 2 棟も建設された。東映は 59 年にはこのほかに『新書太閤記』『七色仮面』など合わせて 10 シリーズの作品を製作し、いずれも NET で放送した。そして、2 年後の 61 年からヒット作となった 1 話 1 時間の『特別機動捜査隊』 (61.11～77.3) やその姉妹編の『JNR 公安 36 号』 (62.6～67.8、62.8 に『鉄道公安 36 号』に改題) などを製作し、これも NET で放送した。また 63 年 1 月には、NET と 1 週間 5 番組・5 時間のテレビ映画を製作する業務協定を結び、テレ

ビ映画の安定的な供給先の確保を図った。

大映も58年3月にテレビ製作室、松竹も59年3月にテレビ室を設け、大映は『少年ジェット』(30分83話)、松竹は『花の家族』(30分13話)を第1作として59年からいずれもフジテレビで放送した。一方、東宝は57年2月にテレビ制作室を設けたが、所属俳優のテレビ出演が主業務で「フィルム番組の製作には積極的に参加せず」¹⁸⁾、66年になって漸くテレビ映画の製作を本格化した。また、日活は長くテレビ映画の製作を行わず、他社に遅れて64年2月にテレビ室を設けて参入した。

図1・表5は、東映・大映・松竹の3社が1959年から71年までに製作したテレビ映画の量を示したものである。テレビ映画は、大手映画会社のほかに、その関連会社、独立系と呼ばれた映画会社、独立プロダクション、それにNHK¹⁹⁾も製作した。しかし、大手3社の製作量が多く、この図表とその出典²⁰⁾からおおまかな趨勢が理解できる。

第1は、1964年ころから製作量が増え、漸くこのころからテレビ映画の製作が軌道に乗ったと推測されることである。これは、56年から始まったアメリカ・テレビ映画²¹⁾の放送が62～64年をピークに減少に転じ、その減少分を埋めるかたちで日本のテレビ映画の放送が増えたことが一因となっている。

アメリカ・テレビ映画の放送は、1956年4月末にラジオ東京テレビ(KRT、現在のTBS)が『カウボーイGメン』、その2カ月後の7月初めにNHKが『口笛を吹く男』を放送したのが始まりで²²⁾、日本のテレビ映画が登場した59年には既に“氾濫”状態にあった。図2・表6は56年から65年までの4月第3週²³⁾の1週間のテレビ映画の放送本数と時間数を示したものである。これを見ると、アメリカ・テレビ映画は本数で62年の82本、放送時間数で64年の50時間15分と最高を記録している。一方、日本のテレビ映画は、当初は本数・放送時間数ともにアメリカ・テレビ映画の半分にも満たなかったが、64年以降急激に増え、65年には52本・47時間55分とアメリカ・テレビ映画に匹敵するまでに至っている。

第2は、1話30分で始まったテレビ映画の時間が61年には1話60分、63年には1話15分へと拡充していることである。このうち、60分シリーズは東映がNETの『特別機動捜査隊』で先鞭をつけ、15分シリーズは大映と東映がTBS(60年4月KRTから改称)とNETの昼の時間帯の主婦向けドラマ(“昼メロ”)として製作した。15分シリーズは、60年に

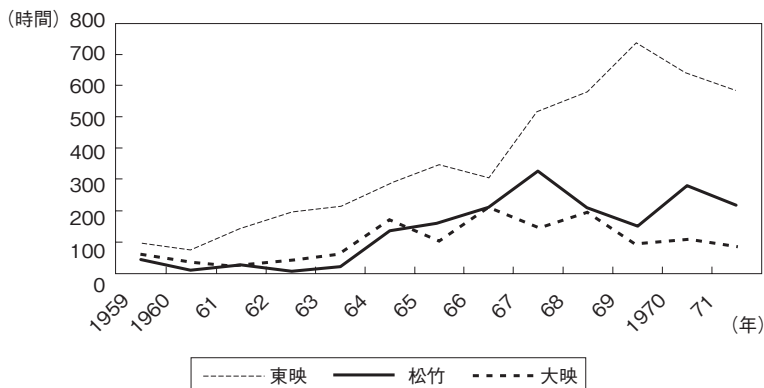
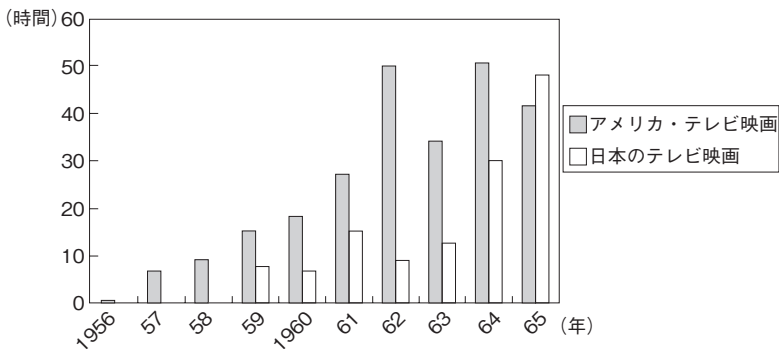


図1・表5 東映・松竹・大映のテレビ映画製作 (1959～71年)

フジテレビが『日々の背信』（60.7～9放送）で開始した昼メロがこの年にVTRからテレビ映画に切り替わったものである。

第3は、3社のなかでは東映の製作量が当初から他社を引き離し、松



アメリカ・テレビ映画

年	本数	放送時間計	NHK	日本テレビ	KRT	フジテレビ	NET	東京12ch
1956	1本	30分	1本					
57	14本	6時間30分	3本	2本	9本			
58	18本	8時間50分	3本	7本	8本			
59	31本	15時間00分	4本	7本	7本	8本	5本	
1960	36本	18時間00分	3本	7本	7本	11本	8本	
61	46本	26時間55分	2本	8本	10本	12本	14本	
62	82本	49時間45分	3本	17本	17本	25本	20本	
63	55本	33時間45分	2本	6本	15本	13本	19本	
64	67本	50時間15分	2本	13本	16本	13本	19本	5本
65	53本	41時間15分	1本	8本	13本	11本	15本	5本

日本のテレビ映画

年	本数	放送時間計	NHK	日本テレビ	KRT	フジテレビ	NET	東京12ch
1959	15本	7時間30分	1本		3本	6本	5本	
1960	13本	6時間30分	1本	3本	1本	5本	3本	
61	19本	15時間00分	1本	3本		10本	5本	
62	15本	8時間50分	1本	2本	2本	5本	5本	
63	17本	12時間30分	1本		9本	3本	4本	
64	39本	29時間45分		8本	14本	6本	6本	5本
65	52本	47時間55分		13本	16本	10本	10本	1本

図2・表6 テレビ映画の放送 (1959～65年、4月第3週)

竹・大映2社を合わせても東映に及ばない年が多いことである。また、大映の年ごとの製作量の増減幅がほかの2社より大きいのも特徴で、71年12月に破産に至った大映の経営方針の揺れと経営の悪化を示す1つの証左とも考えられる。

第4は、テレビ映画の放送に3社と放送局との関係が反映しているこ

とである。テレビ映画の放送は、60年代前半までは資本関係に応じて東映はNET、松竹と大映はフジテレビでの放送が大半を占めていたが、60年代半ば以降は3社ともに放送局の幅が広がっている。しかし、東映の作品は年代を問わずNETでの放送が群を抜いて多い。一方、大映の作品は59年から61年まではフジテレビだったが、62年の『人間の条件』（60分26話、62.10～63.3放送）以来TBSでの放送が増えている。これは、この作品の成功をもとにTBSが月曜午後10時台を大映テレビ製作室の枠としたため、大映は翌63年には『図々しい奴』『赤いダイヤ』のヒット作を製作している。

テレビ映画の製作は、長い日数をかけ多額の経費と大勢の人員を投入する劇映画と異なり、短期間で低廉な経費と少人数で実施された。30分1話は通常3～4日、1時間1話は長くても10日で撮影され、放送局が支払う価格も劇映画製作の10分の1以下と言われた²⁴⁾。また、撮影所ではテレビ放送を蔑視する風潮が強く、テレビ映画の製作には極めて消極的であった。松竹でも最初のうちは自社の撮影所も使用できず、テレビ映画の製作は63年ごろまで「まま子扱い」²⁵⁾であった。また、製作量が顕著に増える64年に至っても、製作経費は「平均して30分1本200万円に抑えられ、採算の点では好調とは言えず…その前途は楽観できない」²⁶⁾と見られていた。

しかし、映画館入場者数と劇映画製作本数の激減は、大手映画会社を否応なくテレビ映画製作に向かわせたと考えられる。撮影所には過剰人員が溢れ、東映では「劇映画を作りたいにも仕事がなかった」²⁷⁾という。大映では「当初は『テレビなんかやれるか』という状態だったが、たった5年間で『受注したテレビ映画を撮影所に回してくれ』と劇的に変わった」²⁸⁾という。また、テレビ映画製作には61年8月に破産した新東宝の元社員が多数従事し、東映製作の『特別機動捜査隊』にもプロデューサーをはじめ新東宝出身者が加わった²⁹⁾。松竹が65年から製作を始めたテレビ映画『木下恵介アワー』（初回は『喜びも悲しみも幾年月』30分26話、65.5～9放送、TBS）も、劇映画の“木下組”が主軸だったと言われる。しかし、テレビ映画の製作は劇映画と違って放送局から受注して行うため「下請けの意識が切なかった」³⁰⁾という。

テレビ映画の製作は60年代半ばから量産化が進展するものの、大手映画会社の中核的事業に容易に成長しなかった。テレビ放送による収入が

ほかの収入と区別して公表されるのは66年以降であるが、67年1月期(66.7～12)で見ても、東宝のテレビ放送収入は4億1,300万円で営業収入全体の4.7%、大映は2億2,700万円で9.0%、東映は演劇収入と合わせて8億7,500万円で15.4%、日活は2億800万円で5.6%である³¹⁾。71年上期(71.1～6)に至っても、松竹が8億5,600万円で全体収入の10.4%、東宝が19億9,600万円で17.2%、東映が演劇収入と合わせて26億7,600万円で22.5%、日活が1億5,500万円で11.3%と67年に比べ増加しているものの³²⁾、劇映画の配給・興行収入に比肩するまでには至っていない。

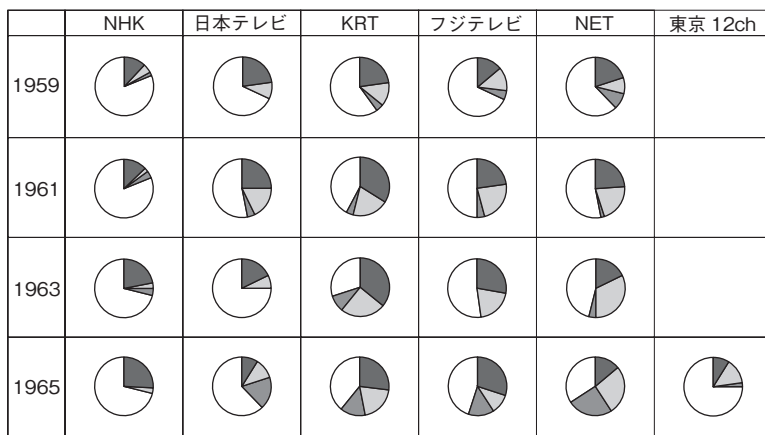
テレビ映画製作が中核的事業になり得なかった1つの原因は、放送局が支払うテレビ映画の価格にあったと考えられる。価格決定の基準となったのは、放送局ごとに設定している放送時間帯別の番組提供料³³⁾と、競合するアメリカ・テレビ映画の価格と推測される。なかでもアメリカ・テレビ映画は廉価で、輸入当初は30分1本で200ドル(当時のレートで7万2千円)であった³⁴⁾。これは、第5章でも述べたように、アメリカ・テレビ映画は製作費が国内の最初の放送で回収され国内の再放送や輸出がそのまま製作会社や放送局の純益となったためである。加えて、56年以降日本の外貨事情が好転し、当時外貨割当制度で輸入されていたテレビ用外国映画の割当額も56年度の16万ドルが59年度には110万ドルに増額された³⁵⁾。日本で放送するには日本語の字幕を付けるか吹き替えをする必要があったが、こうした経費を含めても、アメリカ・テレビ映画は十分に価格競争力があった。日本のテレビ映画は、遅れて登場したがゆえに、既にテレビ放送市場に溢れていた廉価なアメリカ・テレビ映画との競走を強いられ、価格はテレビ局が提示する水準に押さえ込まれる傾向にあったと考えられる。

第3節 劇映画を超えるドラマとテレビ映画

それでは、日本のテレビ放送は、6年に及ぶ大手映画会社製作の劇映画の不在にどう対処したのであろうか。特に59年に開局したフジテレビとNETはどう対処したのだろうか。この2局は開局時期の遅れから“後発局”と呼ばれ、既に開局していた“先発局”のNHK、日本テレビ、KRTに比べて番組製作能力も劣ると見られ、「6社協定」によって当初から大手映画会社の劇映画の放送を絶たれていた。この節では、1958年から65年までの4月第3週1週間の放送番組時刻表をもとに番組編成の視点

から分析してみたい。

図3・表7は、視聴好適時間のプライムアワー（午後7時～11時）の各局別の1週間のドラマ、アメリカ・テレビ映画、日本のテレビ映画の編成比率の推移を示したものである。これら3種類の番組は若干の単発ドラマを除いて、すべてが週1回あるいは毎日放送される連続ドラマか



■ ドラマ ■ アメリカ・テレビ映画 ■ 日本のテレビ映画 □ その他

年		NHK	日本テレビ	KRT	フジテレビ	NET	東京12ch
1958	ドラマ	165分(09.8%)	330分(19.6%)	360分(21.4%)			
	アメリカ・テレビ映画	90分(05.4%)	150分(08.9%)	210分(12.5%)			
	日本のテレビ映画	30分(01.8%)					
1959	ドラマ	195分(11.6%)	390分(23.2%)	390分(23.2%)	240分(14.3%)	330分(19.6%)	
	アメリカ・テレビ映画	90分(05.4%)	150分(08.9%)	210分(12.5%)	210分(12.5%)	150分(08.9%)	
	日本のテレビ映画	30分(01.8%)		60分(03.6%)	90分(05.4%)	150分(08.9%)	
1960	ドラマ	210分(12.5%)	540分(32.1%)	605分(36.0%)	405分(24.1%)	540分(32.1%)	
	アメリカ・テレビ映画	90分(05.4%)	210分(12.5%)	210分(12.5%)	330分(19.6%)	210分(12.5%)	
	日本のテレビ映画	30分(01.8%)	60分(03.6%)	30分(01.8%)	60分(03.6%)	30分(01.8%)	
1961	ドラマ	225分(13.4%)	420分(25.0%)	570分(33.9%)	390分(23.2%)	405分(24.1%)	
	アメリカ・テレビ映画	30分(01.8%)	300分(17.9%)	330分(19.6%)	390分(23.2%)	360分(21.4%)	
	日本のテレビ映画	60分(03.6%)	60分(03.6%)	60分(03.6%)	60分(03.6%)	30分(01.8%)	
1962	ドラマ	245分(14.9%)	420分(25.0%)	600分(35.7%)	420分(25.0%)	315分(18.8%)	
	アメリカ・テレビ映画	75分(04.5%)	480分(28.6%)	450分(26.8%)	540分(32.1%)	690分(41.1%)	
	日本のテレビ映画	60分(03.6%)	60分(03.6%)	20分(01.2%)		150分(08.9%)	
1963	ドラマ	370分(22.0%)	300分(17.9%)	615分(36.6%)	465分(27.7%)	300分(17.9%)	
	アメリカ・テレビ映画	45分(02.7%)	120分(07.1%)	420分(25.0%)	330分(19.6%)	540分(32.1%)	
	日本のテレビ映画	60分(03.6%)		150分(08.9%)		60分(03.6%)	
1964	ドラマ	410分(24.4%)	285分(17.0%)	450分(26.8%)	435分(25.9%)	210分(12.5%)	120分(07.1%)
	アメリカ・テレビ映画	75分(04.5%)	210分(12.5%)	360分(21.4%)	300分(17.9%)	570分(33.9%)	240分(14.3%)
	日本のテレビ映画		120分(07.1%)	210分(12.5%)	180分(10.7%)	210分(12.5%)	150分(08.9%)
1965	ドラマ	435分(25.9%)	150分(08.9%)	450分(26.8%)	510分(30.4%)	240分(14.3%)	150分(08.9%)
	アメリカ・テレビ映画	45分(02.7%)	180分(10.7%)	330分(19.6%)	180分(10.7%)	450分(26.8%)	240分(14.3%)
	日本のテレビ映画		300分(17.9%)	240分(14.3%)	240分(14.3%)	420分(25.0%)	30分(01.8%)

図3・表7 プライムタイムの番組編成比率（1958～65年、4月第3週）

シリーズのテレビ映画である。この図表から、ドラマと外国テレビ映画の比率がこの時期をとおして概して高く推移し、それに比べると日本のテレビ映画の比率は64年以降を除いて圧倒的に低いのが読み取れる。また、放送局によって年毎に3番組の編成比率に一定の趨勢が見られ、それが各局の特徴を形成していると思われる。

まずドラマは、KRT（60年11月TBSに改称）の編成比率が一貫して高く、60年から63年までは連続して30%を超え“ドラマのTBS”と言われた由縁ともなっている。次いでフジテレビが59年を除いて常に20%以上を維持し、NHKは63年から20%を上回っている。日本テレビとNETは60年までは30%以上を記録した年もあったが、61年以降ともに低下し、特に日本テレビの減少が目につく。この趨勢から、第1に放送局による違いはあるにしても概して58年から65年の間にドラマの製作能力が各局で高まってきたと推測される。第2に後発局のドラマ編成比率も開局当初からほかの2番組より高く、特にフジテレビのドラマ比率は60年から常に20%以上を維持しているのが注目される。このことは後発局の番組製作能力が必ずしも劣っていなかったことを示しているのではないだろうか。第3に61年以降ドラマの編成比率が低下する日本テレビとNETはドラマ以外の番組を編成の主軸に据えて他局との差異化を図ったものと思われる。

次にアメリカ・テレビ映画であるが、その編成比率はNHKを除いて61年から62年にかけて急激に上昇している。そして63年から減少に転ずるが、NETだけが高い比率を維持しているのが注目される。ここには『ローハイド』（59.11～65.3放送）や『ララミー牧場』（60.5～63.7放送）で得た“外画のNET”という評価を維持したいという明確な意図がうかがえる。また、後発局は番組製作能力の欠如からアメリカ・テレビ映画に多くを依存して出発したと従来は考えられていたが、この図表で見る限り59年から61年までは後発局とNHKを除く先発局との間には際立った差は認められない。

この間、日本のテレビ映画の編成比率は、63年までは10%以下で推移したが、64年に漸くTBS、フジテレビ、NETの3局で10%を超え、65年には最も多いNETで25%を記録しアメリカ・テレビ映画に匹敵するまでに至っている。このことは、日本のテレビ映画の製作が64年以降漸く軌道に乗り、質でも価格でもアメリカ・テレビ映画に劣らない競争力

を持つに至ったこと、NETがアメリカ・テレビ映画に加えて日本のテレビ映画によってもイメージ・アップを図ったことを示していると思われる。

一方、劇映画の放送であるが、この間にも大手以外の独立プロダクションや外国映画が放送されていることが確認される。しかし、それらの劇映画は安定的に確保するのが難しく、定時番組として編成されたのは61年度のNHK『日曜映画劇場』（61.4～62.3、日曜09：00～11：00）だけである。しかし、61年8月に新東宝が倒産し500本余りの劇映画の放送権が売却されると、その膨大な量の劇映画を中心に、TBSは『お好み映画館』（61.9～64.3、月曜～土曜09：00～10：45）と『お茶の間映画館』（61.9～63.3、月曜・火曜14：00～15：45）、フジテレビは『奥さま映画劇場』（61.9～65.9、月曜～土曜09：00～10：40）と『テレビ名画座』（61.1～68.3、月曜～金曜15：00～16：30）を編成した。しかし、これらの番組の新設は、当時各局が進めていた休止時間のない終日放送を実現する方策、つまり従来の放送を休止していた時間帯を内容時間の長い劇映画で埋めるという側面が強く、視聴者が最も多いゴールデンアワー（午後7時～10時）やプライムタイム（午後7時～11時）での編成ではなかった。このことは、テレビ局が劇映画、少なくとも新東宝の劇映画をプライムタイムで放送されたドラマやアメリカ・テレビ映画ほどには重視していなかったことの現われのようにも思われる。

これらを総合すると、劇映画“空白の6年”間の日本のテレビ放送の次のような特徴が浮かび上がってくる。第1は、プライムタイムにおけるドラマとアメリカ・テレビ映画の“氾濫”である。これを“空白の6年”の半ばに当たる1961年と62年の東京5局の4月第3週のプライムタイムで見ると、61年にはドラマは74本で1日平均10.6本・約6時間50分、アメリカ・テレビ映画は46本で1日平均6.6本・約3時間20分放送されている。これが62年になると、ドラマは70本で1日平均10本・約6時間45分、アメリカ・テレビ映画は82本で1日平均12.8本・約5時間20分となる。これらの数字は、ドラマとアメリカ・テレビ映画が各局のプライムタイムの編成の軸となって“氾濫”していたことを表している。

第2の特徴は、ドラマの多作に現れた番組製作能力の向上である。番組製作能力はドラマ以外の分野でも求められるが、ドラマはとりわけ高度な演出力と技術力とを必要とする。その向上は、この6年間のプライ

ムタイムに限らず、表7に示した53年から65年までの4月第3週に放送されたドラマの本数と放送時間の推移でも実証されていると思われる。

第3は、連続ドラマとシリーズ・テレビ映画の重要性である。1本の劇映画の放送が視聴率とその放送局の評価を高めることは事実である。しかし、劇映画は質の高いものを連続して放送しない限り一過性の効果に終わる恐れがある。これに対して、連続ドラマとテレビ映画は、毎日膨大な数の番組を必要とする編成にとって“日々の糧”として重要であるだけでなく、視聴者の関心を一定の期間繋ぎとめておくことが可能である。“空白の6年”に現れた多数のドラマとテレビ映画の放送は、この2番組の劇映画を超える価値を示唆しているのではないだろうか。

第4節 まとめ

最後に、大手映画会社のテレビ放送への対処に関して、アメリカと日本との比較を試みることにする。もちろん、産業の形成過程、規模、構造、市場性向も異なる2国を単純に比較して結論を導く誤りは避けなければならない。このため、ここでは大手映画会社がどのような時期にどんなテレビ放送対応策を採りどう実施したかを、両国の映画産業とテレビ放送の指標を手掛かりに分析することにする。

アメリカの大手映画会社は、第3章と第5章に記したように、入場者数と興行収入の著しい減少に対応するため、1949年から55年にかけて、大別して、映画製作の変革・大型映画の開発・テレビ映画の製作という3つの対策を採った。この間に映画館入場者数は30億人から21億人に減少し、テレビ受像機の世帯普及率は2.3%から64.5%へと上昇した。これを日本に当てはめると、NHK テレビ放送受信契約の世帯普及率は56年に2.3%、62年に64.8%となり、同じ6年間にほぼ同じ速度でテレビ放送が普及したことになる。これをもとに、時期の設定と比較の仕方に適否はあろうが、アメリカは49年から55年を基準年、日本は56年から62年を基準年として、上記の3つの対策を中心に比較する。

最初に述べなければならないのは、アメリカでは日本と異なって大手映画会社が一団となって劇映画のテレビ放送への提供を拒否した事実がなかったことである。既に述べたように、アメリカの地方の放送局は1940年代からポバティー・ロウ (Poverty Row)³⁶⁾と呼ばれる小規模な映画会社や独立プロダクションなどが製作した放送権料の安いB級映画や西

部劇を放送していた。しかし、大手映画会社が製作した映画の放送権料は高額で、3大ネットワークでさえ50年代半ばに至るまでそれを放送する財政的余力も意思もなかった。これには、第1に55年に初めてRKOなど大手映画会社の映画の放送権が大量に売却され3大ネットワークもその1部を購入できるまでの財政力を備えたという事情、第2に50年代初めまでの3大ネットワークの番組編成が生放送のアンソロジー・ドラマやショー番組に傾斜していたことが影響している。このように、アメリカでは60年代初めまで3大ネットワークは劇映画の放送を編成の中核に据えたことはなく、従って大手映画会社も劇映画の提供拒否をテレビ放送への対抗策として採用することもなかった。

さて第1の映画製作の変革であるが、アメリカでは製作本数の削減と独立プロダクションへの製作の比重の移行となって現れた。このうち製作本数の削減は、一般的に54年ころから始まったと見られている。これをアメリカ映画協会(MPA; Motion Picture Association of America)の統計で見ると、国内で配給された新作の本数は50年の425本をピークに減り始め、特に54年には前年の378本が294本にも減り、趨勢の変化を明確に示している。一方、日本では63年に前年の535本が375本に激減し、それ以後一貫して減り続けている。54年はこの節で設定したアメリカの基準年(49年~55年)に含まれ、63年は日本の基準年(56年~62年)の1年後であることから、映画製作本数の削減が始まった時期に関する限り両国に際立った差はない。しかし、両国の映画市場の規模を考えると日本は明らかに製作過剰ではないだろうか。これを入場者数の最高値で見ると、アメリカは46年の約41億人、日本は59年の約11億人で、市場規模はほぼ4倍も異なる。しかし、製作本数はアメリカが最高400本余りであるのに対して、日本は500本を超える多さである。従って、63年の日本の製作本数の顕著な減少は、日本の映画製作の過剰性を一挙に露呈したものと解釈される。

一方、独立プロダクションへの製作の移行時期と規模については明らかな違いがある。アメリカでは、一般的に、映画製作の移行は1940年代後半から増え始め50年代後半には少なくとも50%を超えたと見られている。大手8社が配給した映画のうち独立プロダクション製作の映画は、49年には239本のうち46本(全体の約20%)、57年には291本のうち170本(約58%)という記述³⁷⁾もある。しかし、日本では大手映画会社の支配

力が余りに強く、映画製作をほかに移行しようにも60年代後半に至るまで独立プロダクションは数も役割も限られていた³⁸⁾。このため、アメリカが製作本数の削減と独立プロダクションへの製作の移行をほぼ同時期に進めたのに対し、日本では大手映画会社の製作本数の削減が先行し、独立プロダクションへの移行は時期的にも遅れその比率も僅かに止まった。

次に第2の大型映画の開発であるが、ハリウッドは立体化と画面の大型化を1952年からたった1年間でシネ라마、立体映画、シネマスコープなどの形で達成した³⁹⁾。これらは日本にも直ぐに輸入され、シネマスコープの第1作『聖衣』は53年12月、『これがシネ라마だ』は55年1月に公開された。これに刺激されて東映は57年4月に『鳳城の花嫁』を公開し、大型映画製作の端緒を作った。これを子細に検討すると、テレビ放送の普及率との関係では両国ともほぼ同じところに大型映画の開発に着手している。しかし、アメリカでは大型映画が映画製作本数の減少が明確になった時期にテレビ放送に対抗して開発されたという経緯があるのに対して、日本では映画製作本数の増勢が続くなかで製作されており、テレビ放送への対抗策というより映画会社間の競争のなかでアメリカ映画の先端技術を援用したという性格が強いように思われる。

第3の大手映画会社のテレビ映画製作は、アメリカでは1956年秋にABCでワーナー・ブラザーズの『ワーナー・ブラザーズ・プレゼンツ』(Warner Brothers Presents)、日本では59年2月にNETで東映の『風小僧』が放送されて始まった。両方を比較すると、日本のほうがアメリカに比べてテレビ放送の普及率が低い時期に製作が開始されている。しかし、日本のテレビ映画は56年以降大量に輸入されたアメリカ・テレビ映画に刺激されて製作が始まった。また、アメリカでは既に40年代末からポパティ・ロウや独立プロダクションがテレビ映画の製作を始め大手映画会社がそれに追随したのに対し、日本ではいきなり大手映画会社が参入した。さらに、日本のテレビ映画は、既にテレビ画面に“氾濫”していたアメリカ・テレビ映画と質と価格での競争を余儀なくされた。このため最も重要なことに、アメリカの大手映画会社がテレビ映画製作を契機にテレビ放送への依存度を高め事業の多様化(diversification)を展開したのとは対照的に⁴⁰⁾、日本の大手映画会社ではテレビ映画製作は激減した劇映画の製作を補充するものと位置付けられ中核的事業に容易に

成長しなかった。

こうした違いを超えて何よりも際立っているのは、市場の広がり of 明らかな差である。アメリカの映画は第1次世界大戦中から輸出され、第2次世界大戦前には興行収入の約30%と推定されていた。『ヴァラエティ』誌が掲載したアメリカ映画の国内配給収入と海外配給収入によると、52年には国内が2億5,000万ドル、海外が1億4,000万ドル、61年には国内2億6,700万ドル、海外2億1,000万ドル、65年が国内2億8,720万ドル、海外3億4,350万ドルとなっていて⁴¹⁾、海外配給収入は最低の52年で国内配給収入の56.0%、最高の65年で119.6%に達している。これに比べて日本映画の海外輸出は、51年9月の『羅生門』（黒澤明監督、京マチ子・三船敏郎主演、大映製作）のベニス映画祭グラン・プリ受賞を契機に俄に注目された感があり、輸出額も51年に約50万ドル、55年に約88万ドル、60年に約310万ドル⁴²⁾とアメリカと比較すべくもない。このような歴然たる市場と競争力の差は、同様に衰退期と言われながらも1950年代の日米の映画産業の位相を全く別のものにしたのではないだろうか。

こうして記してくると、日本の劇映画“空白の6年”は一体どういう意義と効果があったのかという素朴な疑問が沸いてくる。この6年は、成長さなかの新興のテレビ放送にとっては、劇映画の不在をドラマとアメリカ・テレビ映画によってやすやすと乗り超えた年月ではなかったのだろうか。また、予想もしない衰退に遭遇した大手映画会社にとっては、劇映画拒否による期待した成果を得られないばかりか軽視蔑視していたメディアに敗退した不毛の6年ではなかったのだろうか⁴³⁾。後世の放送史では、“空白の6年”は驚異的に普及するテレビ放送を彩る遠景の1つ、挿話の1つとして描かれるかも知れない。しかし、この間の推移は新旧メディアの交代劇として記憶されるべきであろう。

注

- 1) 日活（1912年設立、93年倒産）、松竹（1920年設立）、東宝（1937年設立）、大映（1942年設立、71年倒産）、新東宝（1947年設立、61年倒産）、東映（1951年設立）の6社を指す。いずれも映画製作から興行までのいわゆる垂直統合を実現し、1950年代の日本の映画産業を実質的に支配していた。

6社は映画製作の殆どを担い、配給に関しても日本映画の殆どと外国映

- 画の一部を配給した（外国映画の配給は、大手映画会社のほかに、日本の外国映画専門の配給会社とハリウッドの日本支社などが行なった）。また興行についても、数の上では独立興行主が経営する映画館が多数を占めていたが、6社は入場者数が多く収益性の高い大都市を中心に直営館と自社作品だけを上映する専門館を集中的に配置していた。
- 2) この間、1961年（昭和36年）7月、新東宝が倒産し、社員の未払い賃金と退職金に充てるため、554本の劇映画の放送権をテレビ局に売却した。これらの劇映画は、61年8月末に日本テレビ、9月半ばにTBSが放送を始めた。しかし、新東宝以外の5社の劇映画は58年9月から64年9月まで放送されなかった。
 - 3) 6社協定は、大手映画会社6社が1958年（昭和33年）3月に申し合わせたもので、新作・旧作を問わず6社で製作した劇映画はテレビ放送に提供しないこと、6社専属俳優のテレビ放送出演に関しては専属会社が主導権を持つこと、テレビ映画は各社が自由に製作することなどを取り決めていた。6年後の1964年（昭和39年）2月、その間に倒産した新東宝を除く5社はこの方針を転換して、劇映画のテレビ放送への提供を決め、同年10月から5社の劇映画がテレビ放送された。
 - 4) 親局とは、送受信施設だけ整備して放送の送受信のみ行う中継放送局（中継局）とは異なり、演奏所（スタジオ）と送受信施設を備え放送番組を製作し送信する能力も備えた放送局のことである。通常、県庁所在地など地域の中心地に置かれる。
 - 5) 1958年度；NHK29局（NHK 総合28局、NHK 教育1局）
民間放送23局（テレビ・ラジオ兼営15局、テレビ単営8局）
1964年度；NHK81局（NHK 総合42局、NHK 教育39局）
民間放送局48局（テレビ・ラジオ兼営34局、テレビ単営14局）
NHKは『NHK年鑑』、民間放送は『日本民間放送年鑑』に拠る。
 - 6) 『日本映画発達史Ⅳ』p. 269。
 - 7) 『映画産業白書 昭和33年版』p. p196～197。
 - 8) 『日本映画発達史Ⅳ』p. 515。
 - 9) 松竹は、これ以前の1952年4月から53年12月まで“シスター映画（Sister Picture）”という50分を限度とする中篇映画を製作し長編映画と併せて配給した。その目的は、第1に新人監督や俳優の養成、第2に契約している映画館から他社作品を排除することにあった。その背景には2本建て上映を求める興行主の強い要望があった。しかし、シスター映画は本編の添え物との印象が強く、松竹は2年弱で製作を中止した。
 - 10) テレビ放送が始まった1953年度は、大手映画会社の対応がそれぞれ異なり、その結果NHKも日本テレビも大手映画会社の劇映画を数本程度放送した。翌54年度には、日本映画連合会（映連）に加盟していた大手映画会社5社は、暫定的な取り決めを繰り返して日本テレビにだけ劇映画を提供した。次の55年度には、映連は日本テレビとの契約を解消し、今度はNHK

とラジオ東京テレビ（KRT、現在のTBS）に劇映画を提供した。しかし、年度末の56年3月に放送権料について調整がつかず、同年4月からKRT、10月からNHKで5社の劇映画が放送されなくなった。一方、日本テレビは55年8月に映連未加盟の日活と契約し、58年8月まで日活の劇映画を放送した。

- 11) 『日本映画発達史Ⅳ』は、これについて大手映画会社は1959年に「おそまきながらバスに乗り遅れないだけの方針を打ちたてた」と記している（p. 515）。
- 12) 拙著「テレビジョン放送における『映画』の変遷 第6章 劇映画のテレビ放送」『成城文藝』第196号、2006年9月、p. 225～244。
- 13) 郵政省は、1957年5月と6月に第1次チャンネルプランと呼ばれる「テレビジョン放送用周波数割当計画基本方針の一部修正」と「テレビジョン放送用周波数割当計画表」を決定した。このチャンネルプランは、テレビ放送用のVHF波周波数を従来の6チャンネルから11チャンネルに増やしNHKのテレビ放送の全国普及と各地でNHKと民放との並存を図るというもので、京浜地区の2局と京阪神地区の1局は教育専門局とする趣旨が盛り込まれていた。その背景には、開局5ヶ月で黒字になった日本テレビの業績を見てテレビ局の免許申請が殺到したこと、従来米軍が使用していたチャンネルの周波数が返還される見通しになったこと、また56年秋以来評論家大宅壮一氏の“1億層白痴化”に代表される低俗番組批判が高まっていたことがあった。

京浜地区では、新たに交付される3チャンネルの免許をめぐって57年春までに大手映画4社（松竹・東宝・大映・東映）も含めて15の免許申請が出された。郵政省は、このうちの民間放送2チャンネルについて、主要な申請者を文化放送・ニッポン放送が主体の一般総合番組局と東映・旺文社・日本経済新聞社が中心の教育専門局の2つのグループに分け、申請の1本化を図った。こうした経過を経て、57年11月のいわゆる田中角栄郵政相の大量予備免許交付で、京浜地区ではNHK教育テレビジョン、NET、フジテレビに予備免許が交付された。

- 14) 前述した1957年11月の予備免許交付にあたって、郵政省は、教育・教養番組の編成比率を指示した。その比率は、一般総合番組局は教育・教養30%以上、教育専門局は教育50%・教養30%以上、準教育局は教育20%・教養30%以上で、それぞれの放送局にはこの比率での番組編成が義務付けられた。
- 15) 『フジテレビジョン十年史稿』p. 181。同書はまた、フジテレビの映画部長、事業局長を務めた草間矩之氏の話として「実は映画界やカメラマンの業界にたいへん顔のきく人が、特にお前のためにごっそり経験者を連れてきてやろうという話をしてくれたが、私は日本テレビにいる間に映画界から流れ込んできた悪い習慣を幾つか見ているので、私は態よくおことわりした」と記している（p. 183）。

- 16) 『東映十年史』 p. 335。
- 17) 1957.10～60.11 大川博会長・赤尾好夫社長、60.11～64.11 赤尾会長・大川社長、64.11～65.3 赤尾社長（会長を置かず）、65.3～70.3 赤尾会長、山内直元社長（住友銀行出身）
- 18) 『東宝五十年史』 p. 230。
- 19) NHK は、アメリカ・テレビ映画に刺激されて、1959年度から63年度までの4年間、外部のプロダクションや監督らと提携して年間20～30本のテレビ映画を製作した。その主な作品には、第1作の『こぐま物語』（59.4～7、30分13話）、サスペンスの『灰色のシリーズ』（60年度、30分23本）、62年度から63年度にNHKのディレクターが担当した「ドブネズミ色の街」（深町幸夫演出）「魚住少尉命中」（吉田直哉演出）などがある。詳細は、拙著 2006 「テレビジョン放送における『映画』の変遷」（『成城文藝』第196号、p. p230～231）を参照されたい。
- 20) 東映は『東映クロニクル』、松竹は『松竹七十年史』、大映は現在角川ヘラルド映画が保管しているリストをもとに作成した。1971年までとしたのは、同年12月に大映が倒産し同社のテレビ製作室の業務が破産直前に設立された大映テレビ株式会社に引き継がれたからである。
- 21) アメリカ・テレビ映画の製作については本稿第5章（『成城文藝』第200号、2007年9月、p. p. 48～52）、その日本での放送については拙著 2004 「『鉄腕アトム』の放送に関する時代考察～編成と産業の視点から」（『コミュニケーション紀要』第17輯 p. p58～62）を参照されたい。
- 22) アメリカ・テレビ映画の最初の放送は、1956年4月28日のKRTの『カウボーイGメン』で、NHKはその2カ月後の7月1日に『口笛を吹く男』を放送した。
『NHK 年鑑1958』は『口笛を吹く男』の放送は「わが国におけるアメリカテレビ映画放送の嚆矢となった」（p. 230）と記しているが、間違いである。
- 23) 放送番組の編成を調べる場合には、番組改定直後でしばしば特別番組が放送される4月初旬を避け、通常の定時番組編成が定着する4月第3週を採ることが多い。ここでは『テレビ番組の変遷—東京7局テレビ番組対照表—』をもとに調査した。同書は、日本で定期的なテレビ放送が始まった1953年から76年までの東京7局の4月第3週の放送番組時刻表を掲載している。
- 24) 山内静夫氏への取材（2006年8月31日）。
- 25) 『松竹八十年史』 p. 324。
- 26) 『映画年鑑 1965』 p. 271。
- 27) 平山亨氏への取材（2006年10月6日）。
- 28) 春日千春氏への取材（2006年10月2日）。
- 29) 宮崎慎一氏への取材（2007年8月7日）。
- 30) 山内静夫氏への取材（2006年8月31日）。

- 31) 『映画年鑑 1967』p. p181～185。松竹のテレビ収入が公表されるのは1971年以降、東映の放送演劇収入がテレビ収入となるのは72年以降である。
- 32) 『映画年鑑 1973』 p. p65～69。
- 33) 民間放送局は、視聴者の多寡を基準にして放送時間帯・曜日別に番組提供価格（タイム）とスポット CM 料（スポット）を設定して広告主に販売している。例えば、最も視聴者の多いゴールデンタイム（午後7時～10時）の価格は、視聴者が少ない午前中の時間帯より高い。また、同じ時間帯でも週末はウィークデーより高く設定している。1959年の午後7時から10時までの30分の番組提供価格を見ると、日本テレビ・KRT・NETともに60万円に設定されている。
- 34) 『日本放送史』下巻 p. 546および『大衆とともに25年』 p. 86。
- 35) 『映画年鑑 1960』 p. 370。
- 36) ハリウッドで大手映画会社 8 社の下位にあって主に B 級映画や西部劇を短期間で廉価に製作していたモノグラム（Monogram）やレパブリック（Republic）などの小規模な映画会社を指す。これらの会社は、テレビ放送の普及に伴い B 級映画や西部劇の需要が減少したのに対応して、1940年代後半からテレビ映画の製作にいち早く転換した。
- 37) Lev, Peter 2003 *History of the American Cinema The Fifties* p. 207 および Balio, Tino 1990 *Hollywood in the Age of Television Unwv* p. 10。
- 38) 1950年代から60年代に設立された主な独立プロダクションには、黒澤明監督が1959年に設立した黒沢プロダクション、俳優三船敏郎が62年に創設した三船プロダクション、俳優石原裕次郎が同じ62年に作った石原プロダクションなどがある。このほかに、近代映画協会、にんじんくらぶなどが以前から存続していたが、大手映画会社がいわゆる垂直統合で映画産業を支配していたなかでは配給システムを確保できない独立プロダクションの自立は困難で、大手映画会社の映画製作を補助し大手映画会社に配給を依存する存在として漸く機能する状態であった。
- 39) 1952年9月に『これがシネラマだ』(This is Cinerama、シネラマ社製作)、同じ52年11月に立体映画『ブワナの悪魔』(Bwana Devil、MGM 製作)、翌53年9月にシネマスコープ『聖衣』(The Robe、20世紀フォックス製作)が公開されている。
- 40) 1956年のコロンビアの収入の3分の1、50年代末のワーナー・ブラザーズの利益の3分の1がテレビ番組製作であったという記述がある。Wasko, Janet 2003 *The Roots of Diversification in History of American Cinema The Fifties* p. 137。
- 41) Segrave, Kerry 1977 *American Films Abroad* p. 288および Wildman, Steven & Siwek, Stephen 1988 *International trade in Films and Television Programs* p. 32。前著は不完全ながらも1926年から1994年までの統計、後著は1963年から1984年の統計を掲載している。
- 42) 日本映画輸出組合調べ。いずれも『映画年鑑』による。

- 43) 田中純一郎氏は、「(新東宝が倒産した1961年は)比重は誰に眼にも明らかで、いわゆる映画人口はテレビ人口に転入し、映画事業には“斜陽”の烙印が押された。…テレビを敵視した映画界は、テレビに押し返された」と述べている(『日本映画発達史 IV』p.516)。

引用文献

- Balio, Tino 1990 *Hollywood in the Age of Television* Unwyn Hyman Thomson Cole
- Lev, Peter 2003 *History of the American Cinema The Fifties* Thomas Gale
- Segrave, Kerry 1977 *American Films Abroad* McFarland & Company, Inc., Publishers
- Wasko, Janet 2003 *The Roots of Diversification in History of American Cinema The Fifties* Thomas Gale
- Wildman, Steven & Siwek, Stephen 1988 *International trade in Films and Television Programs* Ballinger Publishing Comany
- NHK 総合放送文化研究所編 1976 『テレビ番組の変遷—東京7局テレビ番組対照表—』日本放送出版協会
- 株式会社フジテレビジョン社長室編 1970 『フジテレビジョン十年史稿』時事通信社編『映画年鑑』1960、1965、1967、1973年版 時事通信社
- 松竹社史編纂室編 1974 『松竹七十年史』、同編 1984 『松竹八十年史』
- 田中純一郎 1976 『日本映画発達史IV』中央公論社
- 通商産業省 1958 『映画産業白書 昭和33年版』
- 東映十年史編纂委員会編 1962 『東映十年史』
- 東宝五十年史編纂委員会編 1983 『東宝五十年史』
- 日本テレビ放送網株式会社社史編纂室編 1978 『大衆とともに25年』
- 日本放送協会編 1956 『日本放送史』日本放送出版協会

取材

本稿執筆のため、以下の方々に取材した。名前を記して感謝したい。

- 春日千春氏(元大映テレビ・取締役プロデューサー、1962年から99年まで『ガードマン』『赤い迷路』『スクール★ウォーズ』など120シリーズ余りのテレビ映画を製作、2006年10月2日取材)
- 平山亭氏(元東映プロデューサー、京都撮影所を経てテレビ部プロデューサーとなり、1966年から90年まで『仮面ライダー』など約60シリーズのテレビ映画を製作、2006年10月6日取材)
- 宮崎慎一氏(元NET／テレビ朝日プロデューサー、東映からNETに移籍、同局で放送されたアニメーションおよびテレビ映画を当初から長年にわたって担当、2007年8月6日取材)
- 山内静夫氏(元松竹取締役・テレビ室長、1965～68年・78～85年にテレビ室プロデューサーおよびテレビ室長として『富士に立つ影』『風』などのテ

レビ映画を製作、2006年 8 月31日取材)
佐藤英子さん(角川ヘラルド映画 映像事業部、大映テレビ製作室製作のテ
レビ映画リストの閲覧、2007年 2 月 7 日)

参考文献

NHK 総合放送文化研究所編1976 『放送学研究28 日本のテレビ編成』日本
放送出版協会
安部道典 2005 『昭和思い出の記 大映テレビ独立の記録』講談社出版サー
ビスセンター
松竹百年史委員会編 1996 『松竹百年史』
大映株式会社 1951 『大映十年史』
土井利泰 1988 『振り向いてテレビ TBS 開局から30年 私の見たこと し
たこと 聞いたこと』中央公論社
東映株式会社編 1992 『クロニクル東映』
東宝株式会社編 2002 『東宝70年 映画・演劇・テレビ・ビデオ作品リス
ト』
日活株式会社 1952 『日活四十年史』
山中伊知郎 2004 『「スクール★ウォーズ」を作った男』洋泉社

図表の出典

表1 著者作成。
表2 映画製作本数・映画館数は日本映画連合会(1956年に日本映画製作者
連盟に改組)、興行収入は国税庁の調査。
表3 『NHK 年鑑』および『日本民間放送年鑑』の調査。
表4 大手映画会社の社史、『映画年鑑』、『日本映画発達史』をもとに著者作
成。製作本数に違いがある場合は、各社の社史に拠った。
図1・表5 東映は『クロニクル東映』、松竹は『松竹百年史』、大映は現在
角川ヘラルド映画株式会社が保管している「大映テレビ製作室製作テレ
ビ映画リスト」をもとに著者作成。
図2・表6、図3・表7 『テレビ番組の変遷-東京7局テレビ番組対照表』
をもとに著者作成。

本稿「劇映画“空白の6年”」(全4回)は、平成18年度および19年度成城
大学特別研究助成、並びに高橋信三記念・放送文化振興基金平成18年度助成
金をもとに執筆した。

要約

1958年9月から64年9月までの6年間、日本のテレビ放送から日本の大手映画会社が製作した劇映画が姿を消した。本稿は、この劇映画“空白の6年”に着目して、その間に映像メディアとして先行した映画産業と新興のテレビ放送の間にどのような変化が生じたかを調べ、アメリカと比較しながら、日本のマス・メディア史における6年間の意義を考察するものである。

1950年代の日本の映画産業は空前の繁栄を享受していた。しかし、その背後には劇映画の製作本数と映画館数、すなわち映画供給の伸びが、映画の需要を示す映画館入場者数の伸びを上回るという需給のアンバランスが生じていた。そして、そのいずれもが1958年から60年にかけてピークに達した後、60年代前半に急激に減少し、映画産業の衰退が決定的となった。一方、1953年に始まった日本のテレビ放送は、1959年4月の皇太子ご成婚を契機に驚異的な普及を遂げ、1960年にはNHKと民間放送を合わせたテレビ放送事業収入が映画興行収入を上回るまでに急成長した。

この間、1958年3月に大手映画会社6社は「6社協定」を申し合わせ、劇映画のテレビ放送への提供を拒否した。その一方で、東映・松竹・東宝・大映の4社は、同じ年にフジテレビジョンと日本教育テレビ（NET、現在のテレビ朝日）に出資し、東宝を除く3社は翌1959年からテレビ用の映画（テレビ映画）を製作してテレビ放送事業に参入した。しかし、大手各社の民間テレビ局の経営参画には、テレビ局設立の経緯と出資比率から来る限界があった。また、テレビ映画の製作も、当時大量に輸入されていた廉価なアメリカ・テレビ映画との競走を強いられ、各社の中核的事業には容易に成長しなかった。

アメリカでも1940年代末から50年代前半に急速に普及したテレビ放送に対抗するため、ハリウッドは映画製作そのものの変革、大型映画の開発、テレビ映画製作によるテレビ放送への進出という3つの対策を進めた。

これを日本と比較すると、まず映画製作の変革については、ハリウッドが製作本数の削減と独立プロダクションへの製作の移行を進めたのに対して、日本では濫作と言われるほどの過剰な製作と大手映画会社の強力な市場支配が原因でともに実施時期が遅れた。

次に大型映画の開発に関しては、ハリウッドがテレビ放送に対する危機感から1952年から僅か1年間に立体映画やシネマスコープ等を公開したのに対して、日本では映画産業の発展が続くなかでハリウッドの大型映画が輸入されその技術を利用して製作が始まった経緯があった。このため、日本の大型映画製作は、テレビ放送への対抗策としてではなく大手映画会社間の競争の一環として実現した。

最後のテレビ映画の製作は、ハリウッドでは収益性の高い新規事業として成長し映画事業の多様化（diversification）に繋がったのに対し、日本では廉価なアメリカ・テレビ映画との競争と放送局の購入価格の抑制が原因で各社の主要事業には成り得なかった。

このように見てくると、劇映画“空白の6年”は、日本の映画産業にとっては、劇映画のテレビ放送拒否という消極的な手段では自らの衰退もテレビ放送の成長も阻止できなかった不毛な6年間ではなかったのだろうか。一方、急成長する日本のテレビ放送にとっては、劇映画の不在を自主製作のドラマとアメリカ・テレビ映画でやすやすと乗り越え、やがて映画産業を凌駕する時期ではなかったかと思われる。その意味でこの6年は、日本において映像メディアの主役交代が劇的に進行した時期であった。

Cinema and Broadcasting in Japan

The Six Years Feature Films Disappeared from the TV Screen

Abstract

From September 1958 to September 1964, feature films produced by Japan's major film studios disappeared from Japanese television. In this paper, I examine that six-year blank in feature film broadcasting with particular reference to related changes between the cinema industry, which had been the frontrunner in audiovisual media, and the emerging television industry. By comparing the situation in Japan with that in the United States, I consider the significance of those six years in the history of Japan's mass media.

In the 1950s, Japan's cinema industry enjoyed phenomenal prosperity. In the background, however, a supply-demand imbalance arose whereby supply of films (the number of feature films produced and the number of movie theaters) outgrew demand for films (movie theater attendance). Supply and demand both peaked from 1958 to 1960, but then dropped sharply in the early 1960s as the cinema industry's decline became inevitable. Meanwhile, Japan's television broadcasting, which had begun in 1953, was spreading at a phenomenal rate, spurred by the televising of then-Crown Prince (now Emperor) Akihito's wedding in April 1959. By 1960, the total earnings of the television industry (NHK and commercial broadcasters combined) had surged ahead of those of the cinema industry.

In March 1958, Japan's six major film studios agreed to suspend supply of their feature films for TV broadcasting. In the same year, four of the studios—Toei Co., Ltd., Shochiku Co., Ltd., Toho Co., Ltd., and Daiei Co., Ltd.—invested in broadcasters Fuji Telecasting Co., Ltd and Nippon Educational Television Co., Ltd. (NET; now TV Asahi Corporation). The following year (1959), Toei, Shochiku, and Daiei diversified further into the television business by producing films made specifically for television (telefilms). However, because of the way TV broadcasters were set up and their shares distributed, there were limits to how far the major film studios could participate in commercial TV station management. Furthermore, in the area of telefilm production the studios faced stiff competition from the cheap American telefilms that were being imported in large quantity, and none of the studios succeeded in developing telefilm production into a core business activity.

In the United States, Hollywood studios pursued three main strategies to counter the rapid spread of television in the late 1940s and early 1950s: changes

in film production itself; development of widescreen film formats, and participation in the television industry through telefilm production. These three strategies provide the basis for my comparison of the Japanese and American cases.

Regarding changes in film production, whereas Hollywood studios reduced the number of films they produced and shifted toward independent production, Japan's major studios were all late to follow suit, mainly due to the momentum of their overproduction and the powerful control they held over the market.

Regarding development of widescreen film formats, Hollywood started releasing such innovations as 3-D movies and CinemaScope from 1952, just one year after recognizing the threat that television posed. In Japan, however, as part of the ongoing development of the cinema industry, widescreen Hollywood films were imported and their techniques applied in domestic film production. Production of widescreen films in Japan thus came about not as a countermeasure to television but rather as an aspect of competition among the major Japanese studios.

In Hollywood, telefilm production grew as a lucrative new field and tied in with the diversification of the cinema business. In Japan, the competition from cheap American telefilms, together with TV broadcasters' suppression of telefilm purchase prices, prevented telefilm production from becoming a core business activity of any of the major film studios.

Viewed in this light, the six-year hiatus when feature films disappeared from Japan's TV screens was a barren period for the Japanese cinema industry, the studios' passive approach of simply blocking the televising of feature films curbing neither their own industry's decline nor television's growth. For Japan's rapidly burgeoning television industry, on the other hand, the same period was arguably the point at which it eclipsed the cinema industry by easily offsetting the absence of feature films with self-produced dramas and American telefilms. In that sense, those six years saw dramatic advances in the process by which television superseded cinema as Japan's principal audiovisual medium.